


Crisi e pandemia penalizzano NPE 2009

A Chicago trenta per cento in meno di visitatori rispetto all'edizione 2006. Ma gli organizzatori rivendicano il 'potere di acquisto concentrato'.



La crisi morde anche e soprattutto a Chicago, dove il principale evento fieristico dedicato al mondo della plastica e della gomma ha celebrato a fine giugno il suo meeting triennale. I dati forniti dagli organizzatori della **NPE2009** evidenziano un **calo del numero dei visitatori del 30%**, a 44.000 unità (contro i quasi 65.000 di tre anni fa), anche se, forse per consolarsi, viene precisato che se si contano non il numero dei partecipanti, ma quello delle aziende a cui essi fanno riferimento (19.000 quest'anno), la flessione è limitata al 17%. I visitatori sono arrivati da un centinaio di Paesi, con in testa Canada e Messico, dopo gli ospiti di casa.

Complessivamente, l'edizione 2009 ha ospitato **1.851 espositori**, di cui un terzo non statunitensi (con i cinesi in testa prima dei canadesi), su una superficie di 88mila metri quadrati.

Risultati non certo positivi, ma che non possono essere imputati alla scarsa volontà degli organizzatori, quanto ad oggettive **difficoltà dell'economia americana**, per non dire mondiale, e alle specifiche criticità del settore delle macchine e impianti per la lavorazione delle plastiche. E non è bastato un programma convegnistico forte di un migliaio di presentazioni tecniche (come dichiarano i promotori della fiera) per attirare le masse al McCormick Place di Chicago.

William R. Carteaux, presidente and CEO di SPI, l'Associazione dell'industria statunitense delle materie plastiche che organizza l'evento triennale, imputa la caduta delle presenze, oltre che alla crisi economica, anche alla **pandemia di influenza H1N1** che avrebbe disincentivato le trasferte negli Stati Uniti (paese che, insieme al Messico, è tra le aree più colpite). In ogni caso, commenta Carteaux, anche in presenza di una riduzione dei visitatori, i grandi buyer non hanno disertato la manifestazione garantendo così agli espositori quanto meno un "**potere di acquisto concentrato**".

Secondo quanto riferiscono gli organizzatori in una nota: “un dato comune citato dagli espositori è stato il riferimento al fatto che il numero di **contatti 'validi'** generati nel corso del salone NPE2009 è stato pari se non superiore a quello del salone NPE2006”. Insomma, vale la massima: meglio pochi, ma buoni...

3 luglio 2009 09:06

A Chicago trenta per cento in meno di visitatori rispetto all'edizione 2006. Ma gli organizzatori rivendicano il 'potere di acquisto concentrato'.

La crisi morde anche e soprattutto a Chicago, dove il principale evento fieristico dedicato al mondo della plastica e della gomma ha celebrato a fine giugno il suo meeting triennale. I dati forniti dagli organizzatori della NPE2009 evidenziano un calo del numero dei visitatori del 30%, a 44.000 unità (contro i quasi 65.000 di tre anni fa), anche se, forse per consolarsi, viene precisato che se si contano non il numero dei partecipanti, ma quello delle aziende a cui essi fanno riferimento (19.000 quest'anno), la flessione è limitata al 17%.



I visitatori sono arrivati da un centinaio di Paesi, con in testa Canada e Messico, dopo gli ospiti di casa.

Complessivamente, l'edizione 2009 ha ospitato 1.851 espositori, di cui un terzo non statunitensi (con i cinesi in testa prima dei canadesi), su una superficie di 88mila metri quadrati.

Risultati non certo positivi, ma che non possono essere imputati alla scarsa volontà degli organizzatori, quanto ad oggettive difficoltà dell'economia americana, per non dire mondiale, e alle specifiche criticità del settore delle macchine e impianti per la lavorazione delle plastiche.

E non è bastato un programma convegnistico forte di un migliaio di presentazioni tecniche (come dichiarano i promotori della fiera) per attirare le masse al McCormick Place di Chicago. William R. Carteaux, presidente and CEO di SPI, l'Associazione dell'industria statunitense delle materie plastiche che organizza l'evento triennale, imputa la caduta delle presenze, oltre che alla crisi economica, anche alla pandemia di influenza H1N1 che avrebbe disincentivato le trasferte negli Stati Uniti (paese che, insieme al Messico, è tra le aree più colpite). In ogni caso, commenta Carteaux, anche in presenza di una riduzione dei visitatori, i grandi buyer non hanno disertato la manifestazione garantendo così agli espositori quanto meno un "potere di acquisto concentrato".

Secondo quanto riferiscono gli organizzatori in una nota: «un dato comune citato dagli espositori è stato il riferimento al fatto che il numero di contatti 'validi' generati nel corso del salone NPE2009 è stato pari se non superiore a quello del salone NPE2006». Insomma, vale la massima: meglio pochi, ma buoni...